



Unruhige Zeiten

Sie ist ein Pflichttermin für die osteuropäische Spielzeug- und Babybranche: die Kids' Time, die vom 19. bis 21. Februar 2020 im polnischen Kielce ihre Tore öffnete. Mit elf Ausstellern war Deutschland die Nummer 1 bei den ausländischen Teilnehmern.

„Seit nunmehr elf Jahren haben wir in Kielce eine Plattform für die jüngsten Entwicklungen unserer Branche entwickelt und präsentieren sowohl etablierte Spitzenmarken als auch Start-ups, die neu auf den Markt kommen. Diese stellen inzwischen rund ein Viertel unserer Aussteller“, zog Andrzej Mochon, Präsident der Messengesellschaft Targi Kielce, auch dieses Jahr ein positives Fazit. Doch die aktuellen Turbulenzen hinterließen auch bei der Kids' Time ihre Spuren.

So sank die Zahl der Aussteller erstmals in der erfolgreichen Geschichte der Messe von 564 auf 532 und auch die gebuchte Fläche ging von 20.200 auf 19.000 Quadratmeter leicht zurück. Rückläufig war mit 7.800 nach 8.250 Besuchern im Vorjahr zudem die Resonanz – ein Wert, der jedoch immer noch über den Werten von 2018 liegt. Und auch bei der Kids' Time waren es die Folgen des Coronavirus, die man in Kielce spürte. Von den 33 angemeldeten chinesischen Unternehmen war letztendlich nur eine Firma auf dem Event präsent – sei es, weil es Probleme mit dem Transport der Produkte ins Ausland gab oder weil die asiatischen Geschäftsleute das Angebot der Messe ablehnten, ihre Stände mit polnischem Personal zu besetzen, statt dort selbst Flagge zu zeigen. „Auch Unternehmen aus anderen Ländern, die vor allem importierte Produkte aus China vorstellen wollten, sagten ihre Beteiligung ab“, so Marketing Director Margarita Rog-Giacosa. „Ein weiterer Grund für den Rückgang der Aussteller war die Krise in der Kinderwagenindustrie in Polen, die zu geringeren Buchungen der Vertreter dieser

Branche führten. Kräftig von 937 auf 1.098 zugelegt hat jedoch die Zahl der Marken, die wir dieses Jahr präsentiert haben.“ Erstmals mit einem Gemeinschaftsstand mit fünf Firmen war die russische Region Kirov vertreten. Insgesamt waren rund 60 ausländische Aussteller aus 20 Ländern auf der Kids' Time dabei.

Gerade in diesem Bereich möchte die Messe ihre Aktivitäten weiter ausbauen – und mehr ausländische Interessenten sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Besuchern gewinnen, beispielsweise durch eine neue Kooperation mit der Handelskam-

mer von Kasachstan. „Bei der Werbung um mehr Besucher konzentrieren wir uns vor allem auf osteuropäische Länder von Russland über die Ukraine bis Tschechien und die Slowakei, die für unsere ausländischen Aussteller, die meist aus Westeuropa kommen, interessante Zielgruppen darstellen“, so Rog-Giacosa. „Außerdem möchten wir das Angebot zum Beispiel um Schul- und Papierprodukte erweitern.“ Platz dafür schaffen kann eine neue 12.000 Quadratmeter große Halle, die bis Sommer nächsten Jahres die derzeitigen mobilen Hallen ersetzen soll.

Jessica und Ulla Cramer



Wir haben in Kielce mit unserer Firma gestartet und hier unseren Guinness Welt-Rekord mit 417 Menschen in einer einzigen Seifenblase aufgestellt. Später haben wir uns entschlossen, nur noch in Nürnberg auszustellen. Doch vergangenes Jahr sind wir wieder zurückgekehrt – mit einer Menge neuer Produkte. Kids' Time ist definitiv die beste Spielzeugmesse in Polen mit einem großen Potenzial.

Jakub und Barbara Bochenek, Fa. Tuban, polnischer Hersteller von Seifenblasenkonzentrat und mehr

Schon vor dreißig Jahren habe ich dieses Konstruktionsspielzeug aus Karton für meine Enkelin erfunden und vor allem auf Buchmessen wie in Krakau oder Frankfurt vorgestellt – weil unsere Produkte das Thema Papier verbindet. Dort hat man mich auf die Kids' Time als Treffpunkt der Spielwarenindustrie hingewiesen und jetzt bin ich hier.

Piotr Nawracala, Ligatura (cardblocks), polnischer Hersteller von Konstruktionsspielzeug



Wir sind zum zweiten Mal auf der Kids' Time in Kielce – weil diese Messe sehr erfolgreich ist, wächst und uns einen Zugang in Märkte ermöglicht, die uns sehr wichtig sind. Das ist umso wichtiger als viele Messen in Europa inzwischen verschwunden sind.

Cedric Rodrigues, Childhome, belgischer Hersteller von Kindermöbeln und Accessoires



Weil ich nach der Spielwarenmesse in Nürnberg in Europa geblieben bin, konnte ich nun als einziger chinesischer Aussteller in Polen an der Messe teilnehmen. Mir wurde die Kids' Time empfohlen und Polen ist für uns ein wichtiger Markt mit vielen Möglichkeiten – auch wenn ich mich aktuell ein bisschen allein fühle.

Richard Chen, Hangzhou Yingzhi Homeware, chinesischer Hersteller von Laufställen, Krabbelmatten und Babybettwäsche

Unsere Firma produziert in Polen und wir haben hier auch die Administration für Europa angesiedelt, da wir eine intensive Kommunikation zu unseren Produktionsstätten brauchen. Deshalb nehmen wir an dieser Messe teil – zumal wir die Kids' Time und die Messe in Moskau für die beiden wichtigsten Events unserer Branche in Osteuropa halten.

Peter Kreuzer und Joanna Dyka, Altabebe deutscher Hersteller von Fußsäcken für Kinderwagen und mehr

Wir sind noch ein ganz junges Unternehmen und haben unser Konzept erstmals im Oktober in Warschau vorgestellt. Doch wir haben schnell erfahren, dass in Polen die Kids' Time der „Place to be“ in unserer Branche ist. Deshalb zeigen wir nun hier Flagge.

Marta Buczkowska, SmartBee Club, polnischer Anbieter von Experimentierkits in einem monatlichen Abonnement



Wir haben vor rund einem Jahr eine polnische Tochtergesellschaft gegründet – ein wichtiger Grund, auf dieser Messe vertreten zu sein. Obwohl Messen heute nicht mehr die Bedeutung für Geschäftsabschlüsse haben wie früher, sind diese Events vor allem für die Kontaktpflege wichtig. Gute Partnerschaften brauchen auch persönliche Begegnungen.

Ulrich Bayer und Lukas Strassner (Foto), Bayer Design, deutscher Anbieter von Puppen und Puppenszubehör



Ich wurde vom Kirov Region Export Promotion Centre eingeladen, sich an unserem russischen Pavillon auf dieser Messe zu beteiligen. Unser Familienunternehmen exportiert bereits nach Weißrussland, Kasachstan, Finnland und die Türkei. Wir erhoffen uns hier neue Kontakte und möchten den polnischen Markt besser kennenlernen.

Nikita Kudryashov, Minivini, russischer Hersteller von Kostümen und Accessoires für Rollenspiele



Als einer der größten europäischen Spielwarengroßhändler mit rund 13.000 Produkten und zahlreichen Eigenmarken möchten wir nun auch den polnischen Markt erschließen. Das ist der Grund, warum wir hier einen Stand gebucht haben. Es geht darum, Kontakte zu knüpfen und Vertrauen aufzubauen – das wird einige Jahre dauern. Aber wir möchten jetzt damit beginnen.

Jörg Traupe, Otto Simon B.V., niederländischer Spielwarengroßhändler

